



Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji

Warszawa, dnia 1 lipca 2011 r.

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i
Konsumentów
Departament Polityki Konsumenckiej**

**Stanowisko
Krajowej Izby Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji w sprawie projektu
stanowiska Prezesa UOKiK w przedmiocie transparentności wzorców umów na rynku
usług telekomunikacyjnych**

Dziękując za możliwość wypowiedzenia się w sprawie, w nawiązaniu do ustaleń poczynionych w trakcie spotkania w dniu 10 czerwca 2011 r., Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji (dalej „KIGEiT” lub „Izba”) przedstawia następujące stanowisko w sprawie projektu stanowiska Prezesa UOKiK w przedmiocie transparentności wzorców umów na rynku usług telekomunikacyjnych (dalej „Projekt”).

I. Uwaga wstępna dotycząca wpływu unormowań prawnych na transparentność wzorców na rynku usług telekomunikacyjnych

W trakcie spotkania w dniu 10 czerwca 2011 r. przedstawiciele Izby wskazywali, że jednym z istotnych czynników wpływających na brak dostatecznej transparentności wzorców umownych jest ich nadmierna obszerność stanowiąca konsekwencję unormowań wynikających z przepisów obowiązującego prawa, głównie ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. Nr 171, poz. 1800, z późn. zm., dalej „Prawo telekomunikacyjne” lub „Pt”), w mniejszym zakresie również innych aktów prawnych. Wymagana przepisami treść warunków świadczenia usług telekomunikacyjnych jest na tyle obszerna, że przekracza percepcję przeciętnego konsumenta i zniechęca do zapoznawania się z nią.

Prezes UOKiK będzie uczestnikiem prac nad nowelizacją Prawa telekomunikacyjnego, która ma implementować przyjęty w dniu 25 listopada 2009 roku przez Parlament Europejski i Radę tzw. pakiet łączności elektronicznej. Poddajemy pod rozwagę, aby w ramach tych prac zwrócić uwagę również na to, czy wszystkie obecne elementy wzorców umów są bezwzględnie potrzebne. Tego rodzaju analiza niewątpliwie może przyczynić się również do zwiększenia transparentności umów na rynku telekomunikacyjnym.

II. Uwagi szczegółowe do Projektu

Część I. Cele inicjatywy

W projekcie wskazano, że nie jest celem inicjatywy Prezesa UOKiK „co do zasady wymaganie od dostawców usług dokonania zmian w umowach, które już wiążą. Jak już wspomniano powyżej, założeniem niniejszych działań jest przygotowanie stanowiska Prezesa UOKiK w przedmiocie minimalnych wymogów, jakie powinna spełniać umowa jasna, zrozumiała i łatwo dostępna, przy czym działania te są skierowane na osiągnięcie zakładanego celu w najbliższej przyszłości. Innymi słowy, celem jest zagwarantowanie, iż wzorce umów, które będą stosowane w najbliższej przyszłości, spełniały wymogi transparentności w stopniu wyższym aniżeli wzorce dotychczas stosowane. Niemniej jednak Prezes UOKiK, w przypadkach rażącego naruszenia przepisów prawa w zakresie transparentności wzorców umów zastrzega sobie prawo do korzystania z wszelkich kompetencji przewidzianych przez ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów.”.

Jest to ważna deklaracja. Swego czasu wyrażony został przez Urząd Komunikacji Elektronicznej pogląd, że wzory umów dotyczące tych samych usług powinny być jednolite dla wszystkich użytkowników, co oznacza, że dotychczasowi abonenci powinni być informowani o zmianach wprowadzanych do wzorca przeznaczonego dla nowych abonentów ze wszelkimi tego konsekwencjami, określonymi obecnie w art. 60a Pt. Trudno ocenić, na ile powyższy pogląd UKE jest jeszcze aktualny, niemniej brak konieczności dokonywania zmian w trybie art. 60a Pt jest okolicznością niezwykle istotną.

Część I. Zakładane kierunki dalszych działań

W Projekcie wskazano, że „pierwszym krokiem jest przygotowanie niniejszego dokumentu, w którym podjęto próbę zdefiniowania problemów występujących na rynku usług telekomunikacyjnych, wraz z podaniem przykładów praktycznych gdzie to możliwe, oraz wskazano propozycje co do sposobów przeciwdziałania dostrzeżonym nieprawidłowościom”. Dalej wskazano również: „W oparciu o niniejszy dokument oraz uwagi lub propozycje przedstawione przez interesariuszy zostanie przygotowany dokument będący oficjalnym stanowiskiem Prezesa UOKiK w przedmiocie transparentności wzorców umów na rynku usług telekomunikacyjnych. Opublikowanie przedmiotowego dokumentu pozwoli przedsiębiorcom telekomunikacyjnym na zaimplementowanie mechanizmów służących przygotowywaniu wzorców umów spełniających wymogi transparentności.”.

W powyższym kontekście zwrócić należy uwagę na potrzebę powiązania zmian wzorców umów wynikających z dokumentu opracowanego przez Prezesa UOKiK ze zmianami, które nieuchronnie wynikać będą z nowelizacji Prawa telekomunikacyjnego, będącej wynikiem implementacji przyjętego w dniu 25 listopada 2009 roku przez Parlament Europejski i Radę tzw. pakiet łączności elektronicznej. Wprowadzanie częstych zmian do wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych to nie tylko uciążliwość i dodatkowe koszty dla przedsiębiorców telekomunikacyjnych, lecz również niedogodność dla użytkowników usług telekomunikacyjnych, którzy zmuszeni są śledzić co rusz wprowadzane zmiany.

Zwracamy się zatem z propozycją, aby w miarę możliwości powiązać w czasie potrzeby wprowadzenia ewentualnych zmian wynikających z dokumentu Prezesa UOKiK ze zmianami wynikającymi z planowanej nowelizacji Prawa telekomunikacyjnego.

Część II. Doręczenie konsumentom wzorców umów

W Projekcie wskazano, że proces doręczania konsumentom wzorców umów powinien zostać zorganizowany tak, aby każdy konsument miał możliwość nieskrępowanego zapoznania się z wzorcami umowy przed podjęciem decyzji o zawarciu umowy. Niedopuszczalny miałby być model zawierania umów na odległość wymagający od konsumentów podjęcia decyzji dotyczącej umowy w obecności kuriera doręczającego wzorce umowy, bez umożliwienia konsumentom swobodnego zapoznania się z ich treścią.

Powyższy postulat w ocenie Izby jest zbyt daleko idący i nie uwzględnia specyfiki usług kurierskich. Umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (wraz z załącznikami) są na tyle obszerne, iż trudno zakładać, że kurier będzie oczekiwać aż konsument je przeanalizuje i podejmie decyzję, czy umowę podpisuje. Nawet gdyby założyć, choć wymagałoby to gruntownej zmiany sposobu świadczenia usług kurierskich, że kurier może poświęcić pewien czas na umożliwienie konsumentowi zapoznania się z umową, to i tak takie warunki (kurier niecierpliwący się, kiedy użytkownik skończy czytać, być może również brak czasu po stronie konsumenta, który mógł w danej chwili planować coś innego) nie stwarzają wystarczającego komfortu do wymagającej skupienia analizy dokumentu prawnego.

Znacznie lepszym rozwiązaniem jest przewidziana już w obowiązującym prawie (art. 2 oraz art. 9 ust. 1 pkt 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny) możliwość odstąpienia przez konsumenta od umowy bez podania przyczyn, poprzez złożenie stosownego oświadczenia na piśmie w terminie dziesięciu dni od zawarcia umowy (*tempus ad deliberandum, cooling off period*). Nie ma sensu dublować tej regulacji, w szczególności w sposób, który i tak nie zapewni konsumentowi należytego rozeznania jego sytuacji przed podpisaniem umowy.

Dostrzegając jednak potrzebę umożliwienia użytkownikowi uprzedniego zapoznania się z warunkami umowy, którą ma podpisać, poddajemy pod rozwagę skoncentrowanie się na takiej prezentacji wzorców umów na stronach internetowych dostawców usług, która pozwoli konsumentowi w łatwy sposób ustalić, które wzory dokumentów będą mieć do niego zastosowanie. W Projekcie znajdują się zresztą postulaty zmierzające w tym kierunku w części II w sekcjach „Dostępność wzorców umów na stronie internetowej” i „Proces składania zamówienia na stronie internetowej a właściwe wzorce umów”. Dodatkowo zabezpiecza interes konsumenta postulat zamieszczony w części III w sekcji „Predefiniowanie zgody konsumenta na otrzymywanie informacji handlowych/rozpoczęcie świadczenia usług”, słusznie wskazujący na to, że konsument nie powinien być „przymuszany” do wyrażenia zgody na rozpoczęcie świadczenia usług przed upływem okresu do odstąpienia od umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Część II. Informowanie konsumentów o proponowanej zmianie warunków umowy

W Projekcie wskazano, że dostarczanie informacji o zmianie regulaminu, cennika lub postanowień umowy na odwrocie faktury VAT, wśród informacji handlowych (np. w gazecie z reklamami) lub w mailu pośród informacji o charakterze marketingowym nie stanowi pełnej realizacji przepisów prawa.

W ocenie Izby niesłusznie zrównano sytuację zamieszczenia istotnych dla abonenta informacji na odwrocie faktury z sytuacją ich umieszczania wśród informacji handlowych (np. w gazetce z reklamami) lub w mailu o charakterze marketingowym. Faktura jest bowiem dokumentem, który przykuwa uwagę abonenta. Jeśli abonent na cokolwiek zwraca uwagę z korespondencji otrzymywanej od dostawcy usług, to jest to właśnie faktura. Zamieszczenie na odwrocie faktury informacji o zmianie umowy, regulaminu lub cennika wydaje się zatem dobrym rozwiązaniem, w szczególności jeśli zostanie zaanonsowane odpowiednio na pierwszej stronie faktury. Jest to zupełnie inna sytuacja niż zamieszczenie tych informacji wśród materiałów marketingowych. Można się wręcz zastanawiać, czy umieszczenie omawianych informacji na fakturze (jeśli rzecz jasna ich objętość na to pozwala, gdyż nie zawsze jest to możliwe) nie zapewnia efektywniejszego sposobu komunikacji niż doręczanie w tej samej kopercie (co nie jest kwestionowane) osobnego dokumentu ze zmianami wzorca umowy, do którego abonent może nawet nie zajrzeć przyjmując, że pewnie to kolejny materiał reklamowy.

Proponujemy zatem, żeby nie wskazywać dostarczania informacji o zmianie regulaminu, cennika lub postanowień umowy na odwrocie faktury VAT, jako praktyki, która nie stanowi pełnej realizacji przepisów prawa.

Część III. Wielkość czcionki, układ strony, układ graficzny tekstu itp.

Zgadzać się co do zasady z uwagami zamieszczonymi w tej sekcji Projektu, KIGEiT pragnie raz jeszcze zwrócić uwagę na problem braku transparentności umów dla przeciętnego konsumenta, wynikający z ich nadmiernej obszerności stanowiącej konsekwencję unormowań wynikających z przepisów obowiązującego prawa, głównie Prawa telekomunikacyjne, w mniejszym zakresie również innych aktów prawnych.

Przywoływana w Projekcie zasada „jednej kartki” nie jest złym rozwiązaniem – nie tylko ze względu na koszty, chociaż nie ma co ukrywać, że jest to czynnik istotny. Ważne są względy percepcji konsumenta. Przeciętny użytkownik usług telekomunikacyjnych zniechęca się do zapoznania z warunkami świadczonych mu usług, jeśli są one zbyt obszerne. Lepiej zatem, żeby użytkownik zapoznał się z najistotniejszymi warunkami świadczenia usług, być może nie zawierającymi mniej istotnych szczegółów, niżby przedstawione mu warunki obejmowały wszystkie detale, lecz użytkownik miałby ich nie przeczytać ze względu na ich objętość.

Oczywiście nie chodzi o to, że wystarczy zmniejszyć czcionkę i zmieścić wszystko na jednej kartce, żeby nie zniechęcać konsumenta do lektury. Konkluzja jest raczej taka, żeby sformułować w przepisach prawnych wymogi dotyczące treści wzorców umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w taki sposób, żeby bez utraty czytelności (poprzez nadmierne zmniejszanie wielkości czcionki) mogły się one zmieścić na jednej kartce. Takie rozwiązanie przyczynia się również do ochrony środowiska poprzez ograniczenie zużycia papieru oraz energii potrzebnej do zadrukowania kolejnych arkuszy.

Część III. Brak konsekwencji w stosowanej terminologii - używanie różnych pojęć na określenie zagadnień, które mogą mieć ugruntowane znaczenie w obowiązujących przepisach prawa lub języku powszechnym.

Na wstępie, w celu ułatwienia prac nad ostateczną redakcją dokumentu, zwracamy uwagę, że w tytule tej sekcji znalazła się omyłka pisarska – zamiast wyrazów „ugruntowane znaczenie” znalazły się wyrazy „ugruntowane znacznie”.

Izba podziela pogląd, że dla tych samych pojęć powinna być stosowana w szeroko rozumianym wzorcu umownym jednolita terminologia. Pragniemy jednak podkreślić, że zbyt daleko idącym poglądem jest utożsamianie pojęcia „kary umownej” z „wartością ulgi” oraz formułowanie tezy, że używanie pojęcia „kary umownej” może wprowadzać konsumentów w błąd co do natury ewentualnego roszczenia dostawcy usług związanego z udzieloną ulgą.

Rozumienie ulgi, jakkolwiek może w pewnych sytuacjach budzić wątpliwości, nie wymaga szczegółowej analizy w kontekście problemu wskazanego w Projekcie. Intuicyjnie wiadomo, że chodzi o wartość, którą abonent zaoszczędza w stosunku do sytuacji, gdyby ulga nie została udzielona. Wartość ulgi, pomniejszona proporcjonalnie zgodnie z zasadą określoną w art. 57 ust. 6 Pt, stanowi górną granicę roszczenia wobec abonenta z tytułu jednostronnego rozwiązania umowy przez abonenta lub przez dostawcę usług z winy abonenta przed upływem terminu, na jaki umowa została zawarta. Prawo telekomunikacyjne nie przewiduje jednak, że w takiej sytuacji przysługuje jedynie ustawowo nazwane „roszczenie o zwrot ulgi”. Owo roszczenie, o którym mowa w art. 57 ust. 6 Pt, jest pojęciem ogólnym, w ramach którego mieścić się może kara umowna.

Zgodnie z art. 483 § 1 Kodeksu cywilnego, można zastrzec w umowie, że naprawienie szkody wynikłej z niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania niepieniężnego nastąpi przez zapłatę określonej sumy (kara umowna). W przypadku terminowej umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych zobowiązaniami, z których niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem wiąże się kara umowna, jest nierozwiązywanie jednostronnie przez abonenta umowy przed określonym w niej terminem oraz zakaz podejmowania takich zachowań, które zmuszą dostawcę usług do rozwiązania umowy z winy abonenta. Szkada ponoszona przez dostawcę usług sprowadza się w takim przypadku do nieosiągnięcia przychodów zaplanowanych w okresie, na jaki umowa została zawarta, które zrekompensowałyby udzieloną abonentowi ulgę. Powszechnie zastrzegana w takich przypadkach „kara umowna” w umowach o świadczenie usług telekomunikacyjnych jest zatem konstrukcją w pełni dopuszczalną.

Różnica pomiędzy „wartością ulgi” a „karą umowną” jako rodzajem roszczenia związanego z przedterminowym rozwiązaniem umowy związanej z udzieloną ulgą polega również na tym, że takie roszczenie nie musi odpowiadać wysokości przyznanej ulgi (pomniejszonej - rzecz jasna - zgodnie z art. 57 ust. 6 Pt). Wartość ulgi jest maksymalną wysokością roszczenia, nie ma jednak przeszkód, żeby było ono niższe niż ta maksymalna kwota, na którą pozwala art. 57 ust. 6 Pt.

Oczekiwanie, że ze wzorców umów wyeliminowane zostaną „kary umowne”, jest nadmierne, nie znajdujące oparcia w brzmieniu art. 57 ust. 6 Pt, a przede wszystkim nie poprawiające transparentności warunków umów dla abonentów. Znaczenie kar umownych powiązanych z tzw. okresem lojalnościowym klienci doskonale rozumieją.

W skrajnym wypadku, gdyby trzymać się wyrażonej swego przez Urząd Komunikacji Elektronicznej interpretacji, że wzory umów dotyczące tych samych usług powinny być jednolite dla wszystkich użytkowników, co oznacza, że dotychczasowi abonenci powinni być informowani o zmianach wprowadzanych do wzorca przeznaczonego dla nowych abonentów, ze wszelkimi tego konsekwencjami określonymi obecnie w art. 60a Pt, konieczność usuwania „kar umownych” z umów i regulaminów oraz zastępowanie ich „roszczeniami o zwrot ulgi”

dawałoby abonentom zupełnie nieuzasadnione prawo do rozwiązania bez żadnych konsekwencji promocyjnych umów terminowych.

Postulujemy zatem, żeby nie kwestionować w dokumencie dopuszczalności określenia jako „kary umownej” roszczenia związanego z przedterminowym rozwiązaniem umowy związanej z przyznaną ulgą.

Część III. Przenoszenie elementów i informacji przedmiotowo istotnych dla konsumenta z umowy do regulaminu lub cennika usług – postulat wskazywania opłat bezpośrednio w umowie

W Projekcie wskazano, że w umowie należy wskazywać bezpośrednio (czyli nie poprzez nazwę taryfy bądź odesłanie do cennika, a poprzez wskazanie kwoty brutto w złotych polskich) wysokość opłaty abonamentowej za daną usługę.

W ocenie Izby jest to wniosek zbyt daleko idący. Z art. 56 ust. 3 pkt 5 Pt wynika, że w umowie powinien być określony pakiet taryfowy, jeżeli na świadczone usługi obowiązują różne pakiety taryfowe. Jednocześnie art. 61 ust. 3 Pt stanowi, że dostawca publicznie dostępnych usług telekomunikacyjnych określa w cenniku usług telekomunikacyjnych, ceny za przyłączenie do sieci, za usługi, za obsługę serwisową oraz szczegółowe informacje dotyczące stosowanych pakietów cenowych oraz opustów. Naturalnym miejscem zamieszczania cen jest zatem cennik, w umowie natomiast wystarczy określenie pakietu taryfowego.

Rzecz jasna w praktyce mogą zdarzać się nieprawidłowości polegające na nieprecyzyjnym określeniu w umowie, jaki pakiet taryfowy ma zastosowanie do abonenta w danym czasie, bądź też cennik może być na tyle niejasny, że trudne będzie jednoznaczne ustalenie, co się w danym pakiecie taryfowym mieści. Powinno to jednak prowadzić do wniosku, że należy się skoncentrować na doprecyzowaniu tych nieścisłości. Nie powinno natomiast prowadzić do wniosku, że materię cennikową należy przenosić do umowy. W praktyce cennik jest dokumentem, do którego abonenci przywiązują dużą wagę.

Przeniesienie do umowy unormowań dotyczących cen usług telekomunikacyjnych stanowiłoby barierę dla obniżki cen. W przypadku umów każda zmiana ich warunków (wyjąwszy przypadki zmian wynikających ze zmiany przepisów prawa), w tym również obniżka cen zamieszczonych w umowie, powoduje możliwość nieskrepowanego rozwiązania umowy przez abonenta (art. 60a ust. 1-2 Pt). Natomiast w przypadku zmian cennika skutki takie wywołuje jedynie podwyżka cen (art. 61 ust. 6 Pt). Rozwiązanie proponowane w Projekcie będzie zatem niekorzystne dla abonentów, albowiem wykluczać będzie możliwą obniżkę cen.

Do osiągnięcia celu zakładanego przez Prezesa UOKiK przyczyni się również realizacja niekwestionowanego przez Izbę postulatu przeciwdziałania praktyce, której skrajnym przykładem zamieszczonym w części III w sekcji „Umieszczanie w jednym dokumencie postanowień wszelkich promocji i ofert proponowanych przez operatora także zmniejsza transparentność dokumentu poprzez jego rozmiar i zawartość treści nieistotnych dla danego konsumenta” był „Cennik usług telekomunikacyjnych tp” o objętości 368 stron zawierający wszystkie usługi oferowane przez Telekomunikację Polską.

Część III. Przenoszenie elementów i informacji przedmiotowo istotnych dla konsumenta z umowy do regulaminu lub cennika usług – wskazywanie w umowie, jakie elementy składają się na ulgę udzielaną abonentowi

W Projekcie wskazano, że umowa powinna wskazywać, jakie elementy składają się na ulgę udzielaną abonentowi, przykładowo, iż do wartości ulgi jest wliczana ulga z tytułu promocyjnej ceny telefonu, ulga w opłacie aktywacyjnej itd. Jako budzącą zastrzeżenia podano sytuację, w której umowa wskazuje co prawda wysokość ulgi udzielanej przy zawarciu umowy, ale w zakresie ustalenia elementów składających się na ulgę odsyła do regulaminu bądź cennika, albo co gorsze w żaden sposób nie wskazuje jakie elementy składają się na udzieloną ulgę. Uniemożliwia to przeciętnemu konsumentowi zweryfikowanie zasadności ewentualnego roszczenia dostawcy usług.

W tym kontekście warto zwrócić uwagę, iż dopuszczalne powinno być zamieszczenie powyższych elementów w warunkach promocji stanowiących załącznik do umowy. Jest to dokument krótki, czytany przez użytkowników, konkretny (nie musi posiadać bowiem elastyczności i uniwersalności regulaminu zapewniających jego funkcjonowanie przez dłuższy okres bez konieczności dokonywania zmian), zawierający w zwartej formie istotne postanowienia promocji. Nie ma zatem tych wad, które wiążą się z zamieszczeniem składników ulgi w obszernym regulaminie.

Część III. Brak w umowie, a często również w regulaminie lub cenniku, informacji lub ostrzeżeń mogących mieć istotny wpływ na korzystanie przez konsumenta z usług telekomunikacyjnych

W tej sekcji Projektu zamieszczono między innymi następujące stwierdzenia:

- Wzorzec umowny powinien wskazywać na wymaganą formę oświadczenia woli konsumenta i dokładne dane teleadresowe adresata
- Wzorzec umowny powinien wskazywać na dokładne dane teleadresowe biura obsługi klienta.
- Jeżeli umowa wymaga złożenia przez konsumenta oświadczenia woli lub wiedzy, w postanowieniu przewidującym taki wymóg należy wyraźnie wskazać na dane teleadresowe miejsca lub osoby, której takie oświadczenia mają zostać złożone. Nie jest właściwa konstrukcja umowy zmuszająca konsumenta do samodzielnego poszukiwania na stronach internetowych danych teleadresowych niezbędnych do realizacji podstawowych uprawnień wynikających z przepisów prawa lub umowy.

W pierwszej kolejności nasuwa się wątpliwość, czy tytuł sekcji jest adekwatny do wszystkich powyższych kwestii. Dotyczą one bowiem jedynie pośrednio (pierwsza i trzecia) korzystania przez konsumenta z usług telekomunikacyjnych, bezpośrednio odnoszą się raczej do kształtowania lub rozwiązywania stosunku prawnego, którego przedmiotem jest świadczenie usług. Jest to jednak kwestia redakcyjna, nie mająca wielkiego znaczenia.

Istotniejszy problem wiąże się z tym, że Prezes UOKiK słusznie dostrzegając nieprawidłowości w kształtowaniu relacji z abonentami, zdaje się wyprowadzać wnioski, których realizacja w istocie działać będą na niekorzyść abonentów. Przykładowo – jeśli określony dostawca usług zastrzega dla określonych czynności abonenta formę pisemną i konieczność wysłania pisma do konkretnego biura obsługi abonenta, to oczywiście powinien precyzyjnie wskazać adres danej jednostki. Pamiętać jednak należy, że tego rodzaju obwarowania w istocie ograniczają swobodę abonenta. Jeśli zgodnie z przepisami prawa abonent może dokonywać pewnych czynności w innej formie niż pisemna, np. telefonicznie,

faksem lub osobiście w biurze obsługi, to trudno stawiać zarzut dostawcy usług, że takie możliwości abonentowi stwarza i nie stawia mu żadnych szczególnych wymogów.

Podawanie we wzorcu umownym danych teleadresowych biur obsługi klienta byłoby szczególnie uciążliwe dla podmiotów, które mają bardzo rozbudowaną sieć takich biur. Ponadto w każdym przypadku zmiana tego rodzaju danych byłaby zmianą uprawniającą abonentów do nieskrępowanego rozwiązania umowy terminowej. Zmiany te z reguły nie mieściłyby się bowiem w treści art. 60a ust. 4 Pt.